BRASIL

PRINCIPAIS AÇÕES

MATO GROSSO

Embratur

Embratur

FICHA TÉCNICA

EMBRATUR

Presidente da República
Luiz Inácio Lula da Silva

Diretor-Presidente da Embratur
Marcelo Ribeiro Freixo

Gerência de Gestão do Gabinete (PRESI)
Bruno Villa Santana

Diretoria de Gestão e Inovação (DGI)
Roberto Pedro Krukoski de Azevedo Gevaerd

Gerência de Gestão do Gabinete (DGI)
Roseane Costa Pereira da Silva

Diretoria de Marketing Internacional, Negócios e Sustentabilidade (DMINS)
Bruno Reis

Gerência de Gestão do Gabinete (DMINS)
Sáskia Lima de Castro

Gerência de Projetos Especiais (GPESP)
Marcelle Mello de Carvalho

Gerência de Inovação (GI)
Marina Dimetre Fernandes Arruda

Gerência de Comunicação (GCOM)
Rafael Mello Rodrigues

Gerência de Inteligência de Dados e Competitividade (GIDC)
Fábio Montanheiro

Gerência de Negócios e Estratégias para o Mercado Internacional (GNEI)
Alexandre Nakagawa

Gerência de Eventos Internacionais (GEI)
Simone Scorsato

Gerência de Integração de Projetos (GIP)
Adriana de Lucena Francisco

Gerência de Comunicação Internacional e Gestão de Marca (GCIGM)
Patrick Leal Costa

Gerência de Projetos Estruturantes (GRPE)
Ana Paula Caetano Jacques

EQUIPE TÉCNICA DA EMBRATUR

Coordenação de Gestão Estratégica
Carolina Stolf

Inteligência de Dados
Anner Luis Pariche Valdiviezo
Cristiano Borges
Daniele Montenegro
Edson Duarte
Scarlett Queen Bispo
Theogenes Rocha

Elaboração
Ângela Braga
Lídice Calixto Moraes
Yure Lobo

Design Gráfico
Natália Bomfim
Ronald Andrade
Marília Ferreira

Sumário

1 **Apresentação**

2 **Mato Grosso em Números**

3 **Principais Ações - 2023 e 2024**

Ações de apoio à comercialização internacional

Ações de promoção nos mercados internacionais

Outras Ações

4 **Principais Ações - 1° Semestre 2025**

Ações de promoção nos mercados internacionais

Ações de promoção nos mercados internacionais

Embratur

apresentação

1

A **Embratur** (Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo) tem como missão institucional consolidar a imagem do Brasil como destino turístico competitivo, atrativo e sustentável no mercado internacional, gerando valor à cadeia produtiva do setor e contribuindo para o desenvolvimento econômico e social do país.

Para atingir esse propósito, a Agência articula e executa uma série de iniciativas estratégicas em parceria com instituições-chave, como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), entidades representativas do trade turístico, órgãos oficiais de turismo das Unidades da Federação e demais atores relevantes do ecossistema nacional e internacional de turismo.
Essas parcerias viabilizam a implementação de programas e ações estruturadas voltadas à promoção e à comercialização internacional dos destinos turísticos brasileiros. As iniciativas buscam não apenas ampliar a presença do Brasil nos principais mercados emissores, mas também fortalecer a competitividade do setor por meio da qualificação da oferta, da geração de inteligência de mercado e do estímulo à inovação e à sustentabilidade.

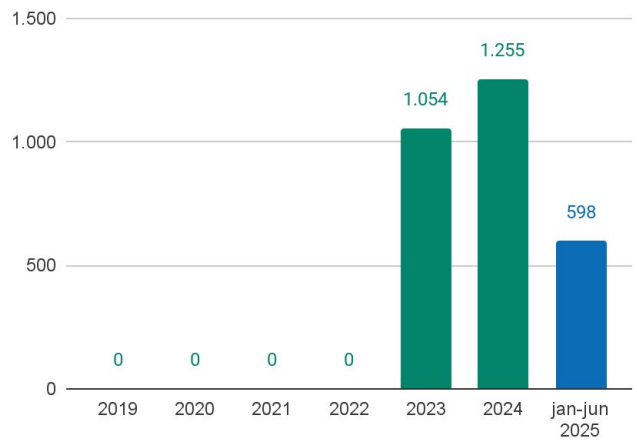
O presente documento apresenta um panorama das principais ações realizadas pela Embratur, em articulação com seus parceiros estratégicos, no **no período de 2023, 2024 e primeiro semestre de 2025,** no E**stado de Mato Grosso,** com foco na promoção e no apoio à inserção dos destinos locais no mercado internacional, reafirmando o compromisso com a descentralização e o fortalecimento das economias regionais por meio do turismo.

2 Mato Grosso em Números 2023-2025

Material elaborado pela Gerência de Informação e Inteligência em Dados.
Acesse dados.embratur.com.br

Em 2024, entraram pelas fronteiras do Mato Grosso 1.255 turistas. Quando se comparam com as entradas do ano anterior, foram 1.054 em 2023 e 1.255 em 2024, representando um aumento de 19,07%. Há ainda os turistas que entraram por outras unidades federativas e incluíram o Mato Grosso em seus roteiros.
No primeiro semestre de 2025, turistas 598 entraram ao Brasil usando como porta de entrada Mato Grosso. No mesmo período de 2024, foram 286, o que representa um aumento de 109,1%

Entradas de turistas estrangeiros pelo Mato Grosso



Fonte: Polícia Federal, Ministério do Turismo e Embratur

Ofertas de voos internacionais para MT*

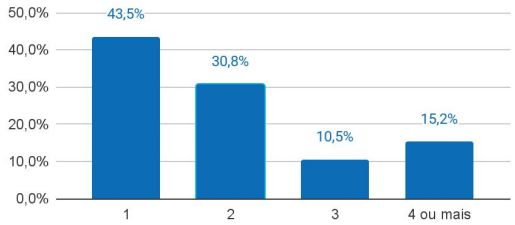
*janeiro a junho de 2025

Dados do Mato Grosso estão zerados,
pois não temos voos internacionais diretos para o MT.

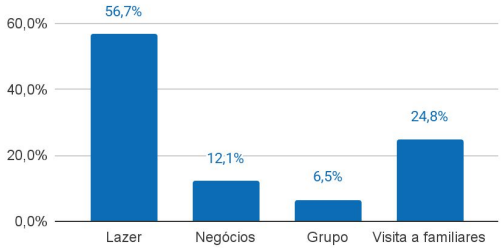
Fonte: Anac e Embratur

ForwardKeys

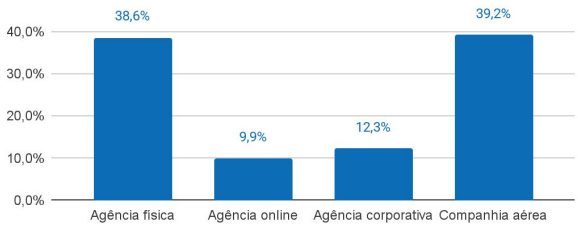
Tamanho do grupo em pessoas (%) jan-jun 2025



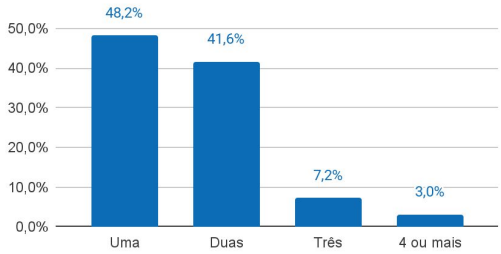
Motivo da viagem (%) jan-jun 2025



Meio de compra da viagem (%) jan-jun 2025



Quantidade de conexões até MT (%) jan-jun 2025



Principais portões de entrada jan-jun 2025: São Paulo e Brasília

Fonte: ForwardKeys e Embratur

O Mato Grosso recebeu turistas aéreos principalmente dos Estados Unidos, Portugal, Espanha, Argentina e Alemanha no primeiro semestre de 2025, destacando-se os aeroportos de São Paulo (89,5%) e Brasília (4,9%) como principais portões de entrada.

3 Principais Ações - 2023 e 2024

Ações de Apoio à Comercialização Internacional

Referem-se às iniciativas estratégicas focadas na facilitação e apoio à comercialização de produtos turísticos brasileiros nos mercados internacionais estratégicos. Estas ações incluem uma variedade de atividades, com o objetivo de criar vínculos, desenvolver relações comerciais e fortalecer a rede de distribuição, junto aos mercados internacionais, e, desta forma, incrementar as vendas e o fluxo de turistas internacionais para o Brasil.

Press Trip

Esta ação consiste em viagens de conhecimento e familiarização, voltadas para jornalistas, influenciadores digitais, comunicadores e formadores de opinião, com objetivo de promover o destino Brasil por meio da experimentação. O objetivo é proporcionar uma experiência autêntica e memorável, que possa ser posteriormente partilhada com o público através de artigos, posts em redes sociais, vídeos e reportagens.

Press Trip Mato Grosso - 2023

Destinos contemplados: Chapada dos Guimarães, Nobres, Cuiabá e Poconé.

Mercados ativados: Argentina e Chile.

Segmentos: Turismo de Aventura, Ecoturismo e Turismo de Natureza.

Principais resultados: a press trip aconteceu entre 11 e 17 de julho, com cinco jornalistas, sendo 3 oriundos da Argentina e 2 do Chile. Esta ação envolveu 36 (vinte e seis) empresas entre companhias aéreas, receptivos, hotéis, restaurantes e atrativos em quatro localidades do Mato Grosso, como Cuiabá, Poconé, Nobres e Chapada dos Guimarães. Estimou-se uma valoração de mídia total dos resultados de R$ 1 milhão.

Galeria Visit Brasil

Esta ação consiste em uma estratégica de roadshows, em formato de galeria de arte e por meio de uma experiência imersiva, focada na promoção, marketing e exportação de serviços turísticos para agentes do mercado (B2B), público final (B2C) e imprensa. O objetivo é contribuir para a recuperação da imagem do Brasil no exterior, destacando o país como uma nação diversa e sustentável. A iniciativa visa fomentar a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos empreendimentos brasileiros.

Galeria Visit Brasil Paris - 2023

Destino contemplado: Estado do Mato Grosso.

Mercado ativado: França.

Segmentos: Turismo Cultural, Turismo Gastronômico, Turismo de Aventura e Ecoturismo.

Principais resultados: Galeria executada no período de 6 a 8 de outubro de 2023, na cidade de Paris, com a participação de 338 visitantes. Foi promovido um cooking show Pantanal, pelo Chef Marcelo Cotrim que apresenta a gastronomia regional do Pantanal Mato-Grossense.

Galeria Visit Brasil Roma - 2023

Destino contemplado: Estado do Mato Grosso.

Mercado ativado: Itália.

Segmentos: Turismo Cultural, Turismo Gastronômico, Turismo de Aventura e Ecoturismo.

Principais resultados: Galeria executada no período de 12 a 13 de outubro de 2023, na cidade de Roma, com a participação de 3.284 visitantes. Foi promovido um cooking show Pantanal, pelo Chef Marcelo Cotrim que apresenta a gastronomia regional do Pantanal Mato-Grossense.

Galeria Visit Brasil Londres- 2023

Destino contemplado: Estado do Mato Grosso.

Mercado ativado: Reino Unido.

Segmentos: Turismo Cultural, Turismo Gastronômico, Turismo de Aventura e Ecoturismo.

Principais resultados: Galeria executada no período de 3 a 4 de novembro de 2023, na cidade de Paris, com a participação de 319 visitantes. Foi promovido um talking + cooking show Pantanal, pelo Chef Marcelo Cotrim que apresenta a gastronomia regional do Pantanal Mato-Grossense.

Galeria Visit Brasil Nova York - 2024

Destinos contemplados: Estado do Mato Grosso e Cuiabá.

Mercados ativados: Estados Unidos.

Segmentos: Turismo Cultural, Turismo Gastronômico, Turismo de Aventura e Ecoturismo.

Principais resultados: A Galeria Visit Brasil teve duração de 5 dias entre 23 e 27 de setembro. O evento teve 318 visitantes demonstrando alto nível de interesse e engajamento.

Feiras Internacionais

Esta ação consiste na capacitação de coexpositores selecionados e indicados para promoverem a diversidade cultural e natural do país, atraindo turistas, operadores, agentes de viagem e investidores internacionais. Inclui ainda montagem e operacionalização do estande do Brasil em feiras internacionais, como forma de fortalecer as relações comerciais e expandir as oportunidades de negócios no setor turístico brasileiro, nos mercados estratégicos na Europa, América do Norte e América Latina.

Feiras em que houve destaque dos produtos do Mato Grosso:

Feira	Ano	Mercado Ativado	Destino Promovido
FIT América Latina	2023	Argentina	Estado do Mato Grosso
BTL Lisboa	2023	Portugal	Estado do Mato Grosso
ITB Berlim	2023	Alemanha	Estado do Mato Grosso
TTG Travel Experience	2023	Itália	Estado do Mato Grosso
WTM Londres	2023	Reino Unido	Estado do Mato Grosso
BTL Lisboa	2024	Portugal	Estado do Mato Grosso
ITB Berlim	2024	Alemanha	Estado do Mato Grosso
WTM London	2024	Reino Unido	Estado do Mato Grosso

Vitrine Visit Brasil

Esta ação tem como objetivo estruturar um portfólio de experiências turísticas de alta competitividade para o turismo internacional. Esse portfólio é composto por 101 (cento e uma) experiências em segmentos prioritários, distribuídas nas cinco macrorregiões brasileiras e em 52 destinos turísticos nacionais.

Birdwatching no Pantanal

Destino: Pantanal Norte - Cuiabá.

Capturar imagens (foto e vídeo) dos visitantes tirando fotos de pássaros com câmeras profissionais.

Birdwatching da Amazônia

Destino: São José do Rio Claro.

Capturar imagens (foto e vídeo) dos visitantes observando pássaros ao pôr do sol ou amanhecer no lodge do Jardim da Amazônia.

Birdwatching no Pantanal

Destino: Pantanal Norte - Cuiabá.

Minutagem do vídeo: 00:00:30 (trinta segundos).

Chamada do texto: Descubra os encantos dos pássaros que vivem no Pantanal, bioma considerado Patrimônio Mundial Natural pela UNESCO - A região abriga mais de 650 espécies de aves, algumas delas endêmicas e raras, que podem ser observadas em seu habitat natural.

Birdwatching no Jardim da Amazônia

Destino: São José do Rio Claro.

Minutagem do vídeo: 00:00:30 (trinta segundos).

Chamada do texto: São José do Rio Claro: Conheça um dos melhores destinos para a prática de birdwatching no Brasil - Observar pássaros em seu habitat natural é uma experiência enriquecedora e impactante, especialmente ao pôr do sol, quando a magia da natureza se intensifica.

Ativação de Experiência da Vitrine Visit Brasil

nas ferramentas da EmbraturApresentação da experiência "Observação de Aves com Pôr do Sol na Trilha da Lagoa e no Ninhal das Araras" (5.4.4) durante a WTM London 2024. Ativação de experiência turística da Vitrine Visit Brasil.

Ações de Promoção nos Mercados Internacionais

Referem-se às iniciativas focadas em aumentar a notoriedade e atratividade dos destinos e produtos turísticos brasileiro nos mercados internacionais estratégicos. Estas ações são essenciais para posicionar o destino no cenário global e atrair turistas de diferentes regiões. O objetivo é aumentar a visibilidade do destino Brasil, fortalecer a sua imagem como um país autêntico, diverso e sustentável, no mercado internacional e, assim, atrair um maior número de visitantes.

Campanhas Promocionais Segmentadas

Esta ação consiste na promoção internacional da imagem do Brasil, em mercados internacionais estratégicos, visando incrementar a entrada de visitantes internacionais, contribuindo para potencializar o ingresso de divisas e aumentar a relevância do turismo internacional na geração de empregos e renda.

Campanha Promocional Latinos - 2023

Campanha promocional do turismo brasileiro para o mercado latino em canais on e offline, realizada entre outubro e novembro de 2023. A campanha publicitária e de marketing digital, denominada “Disfruta un Brasil Espectacular”, portanto, teve o intuito de mostrar para o público latino-americano um Brasil que possui experiências únicas e diversificadas em todas as épocas do ano, com praias deslumbrantes, natureza exuberante e paisagens únicas, além da cultura rica, do povo acolhedor e da gastronomia extraordinária.

Destino contemplado: Poconé (Pantanal).

Mercados ativados: Argentina, Chile, Paraguai, Colômbia, Peru e México.

Mídias utilizadas: Redes Sociais - Meta, TikTok e LinkedIn; Inovadores Digitais - Google e YouTube; Online Travel Agencies3 - Despegar, All Seasons e Mega Travel; Publicidade programática - GDB e Teads; TV Conectada - Showheroes; Companhias Aéreas - Jetsmart e Sky.

Principais resultados:

Impressões: 71.019.771.

Cliques: 438.179.

Taxa de cliques (CTR): 0,54%.

Campanha Promocional Europa - 2023

Destinos contemplados: Poconé (Pantanal).

Mercados ativados: Reino Unido, França, Alemanha, Portugal e Espanha.

Mídias utilizadas: Redes Sociais (Meta, TikTok, LinkedIn e Pinterest); Inovadores Digitais (Google e YouTube); Online Travel Agencies8(TripAdvisor, El Corte Inglés, Trailfinders, DialAFlight, Odigeo, Viventura, Quality Group, Expedia, Solferias, Abreu, Voyage Privé, Latin Routes); Publicidade programática (GDB e Teads) e TV Conectada (Showheroes).

Principais resultados: campanha publicitária e de marketing digital, realizada no período de 06 de outubro a 30 de novembro de 2023, na Europa, denominada "Discover Spectacular Brazil" (Descubra um Brasil Espetacular) teve o intuito de mostrar para o público europeu um Brasil que possui experiências únicas e diversificadas em todas as épocas do ano, natureza exuberante e paisagens únicas, além da cultura rica, do povo acolhedor e da gastronomia extraordinária. O resultado global dessa iniciativa incluiu um total de 79.242.624 impressões, 652.510 cliques e uma taxa de cliques (CTR) de 0,82%.

Ações Promocionais Digitais

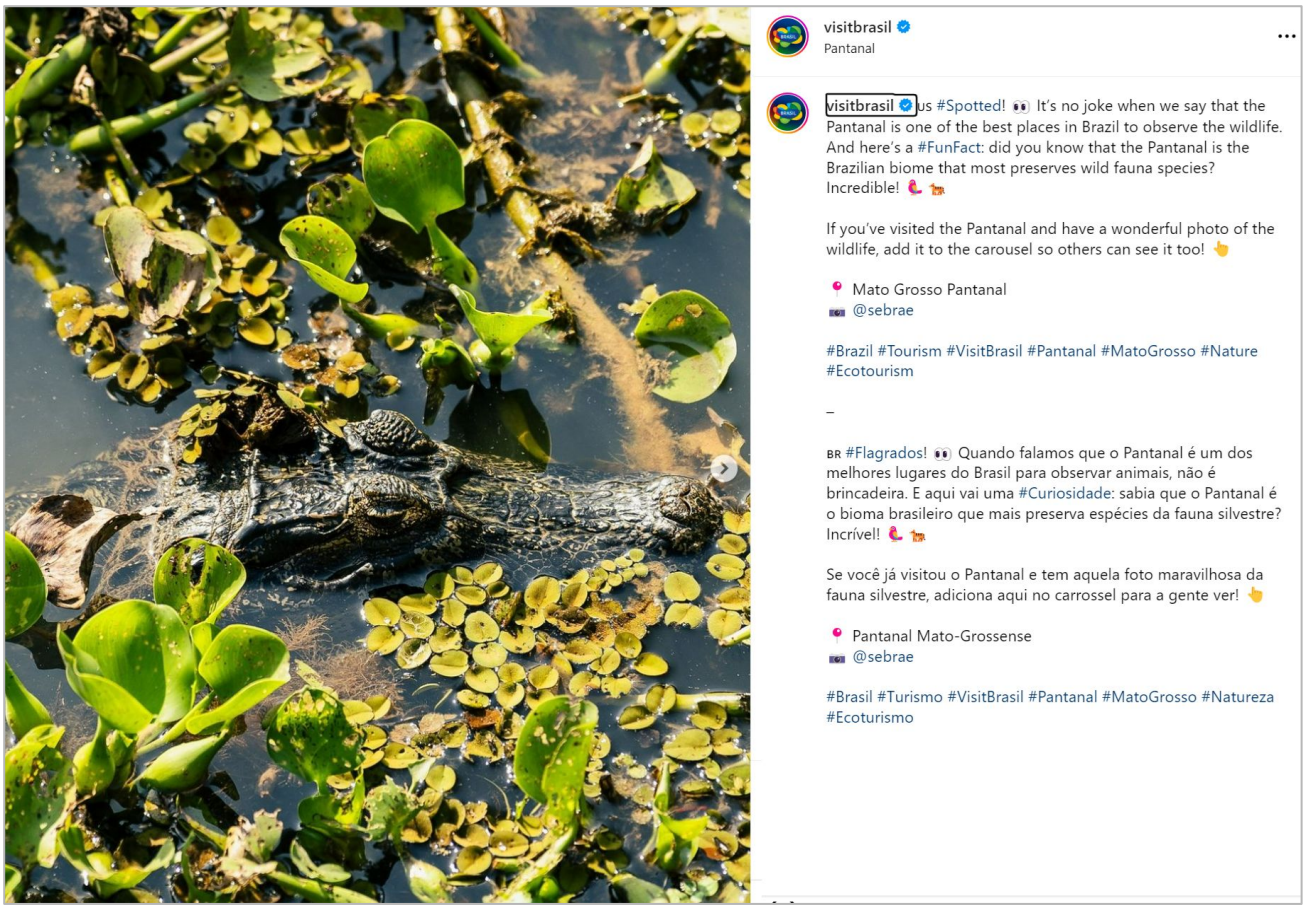
Esta ação consiste no desenvolvimento de estratégias de mídia digital tendo o Visit Brasil como anunciante e seus canais digitais como destino, utilizando anúncios pagos em plataformas como Google Ads, YouTube, Meta (Facebook e Instagram), TikTok e Pinterest, focadas nos mercados internacionais estratégicos.

Campanha Always On - 2024

Destino contemplado: Poconé (Pantanal).

Mercados ativados: Estados Unidos, Argentina, Paraguai e Chile.

Segmentos: Turismo de Natureza, Turismo Cultural
Principais resultados: Aumento em 274% de visitas ao site do Visit Brasil. Público alcançado: 1.791.296. Visualizações nos vídeos do Visit Brasil: 2.829.976.



Outras ações

Workshop de Capacitação Nacional

Esta ação consiste na capacitação e preparação do mercado nacional para melhoria da competitividade internacional, por meio de workshops realizados nas Unidades da Federação, com conteúdos relacionados ao comportamento dos viajantes, inteligência de mercado, tendências em viagem e mercados estratégicos, entre outros temas.

Workshop "Conexão Embratur - Guia para a Competitividade e Promoção Internacional do Turismo" (2024)

Workshop de capacitação nacional, realizado em Cuiabá, abordou temas como competitividade turística internacional, gestão de pequenos negócios turísticos, promoção internacional, diversidade, entre outros.

Destino contemplado: Cuiabá.

Participantes: 33 participantes.

Banco de Imagens

Esta ação consiste na captação de imagens de experiências de turismo com foco na promoção turística internacional. As imagens captadas poderão ser usadas e usadas (editadas em formas e objetivos distintos) de acordo com necessidades e oportunidades de provimento de conteúdos para ações internacionais diversas.

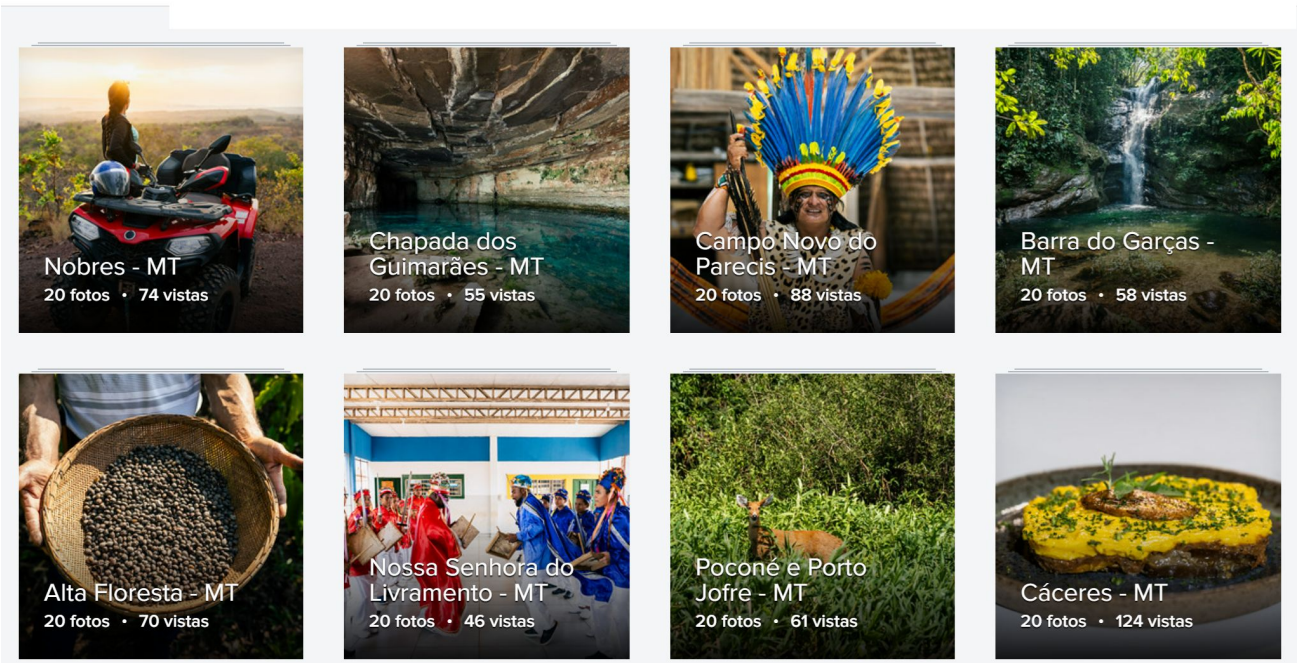
Banco de Imagens de Destinos Brasileiros - 2023

Cessão de uso de 20 fotos tratadas e em alta resolução de experiências turísticas selecionadas (para cada destino contemplado).

Destinos contemplados: Nobres, Chapada dos Guimarães, Campo Novo do Parecis, Barra do Garças, Alta Floresta, Nossa Senhora do Livramento, Poconé, Porto Jofre, Cáceres, Barão de Melgaço, Santo Antônio do Leverger.

Segmentos: Turismo Cultural, Turismo Gastronômico, Turismo de Natureza, Ecoturismo e Afroturismo.

flickr



Relatórios e Estudos

Esta ação consiste na elaboração de relatórios e estudos de inteligência, que são documentos analíticos e investigativos elaborados para a tomada de decisões estratégicas, uma vez que oferecem uma análise aprofundada de dados e tendências, bem como previsões sobre cenários futuros.

Relatório de Mercados Estratégicos

2023: Jornada do Turista Internacional (Capítulo Mato Grosso).

4 Principais Ações - 1° Semestre 2025

Ações de Promoção nos Mercados Internacionais

As ações de promoção nos mercados internacionais constituem um dos pilares fundamentais da estratégia de posicionamento do Brasil como destino turístico competitivo, atrativo e alinhado às tendências globais de demanda. Essas iniciativas, compostas por diversas ferramentas estratégicas, têm como principal finalidade ampliar a visibilidade e a notoriedade dos destinos e produtos turísticos brasileiros junto aos mercados emissores prioritários, promovendo a imagem do país como um destino autêntico, diverso, inovador e comprometido com a sustentabilidade.

Ao ampliar o reconhecimento da marca Brasil no exterior, essas ações contribuem decisivamente para a construção de uma imagem positiva e consistente do país, estimulando o desejo de visitação e influenciando diretamente o processo de decisão do turista internacional. Dessa forma, as estratégias de promoção internacional operadas pela Embratur reforçam a atratividade do Brasil no cenário global, potencializando o fluxo turístico e promovendo o desenvolvimento sustentável da atividade turística nacional.

Realidade Virtual

É uma ferramenta estratégica de promoção turística que utiliza tecnologia de realidade virtual para oferecer ao público uma experiência imersiva, inovadora e sensorial dos principais destinos turísticos do Brasil. Desenvolvida pela Embratur, a solução destaca atrativos autênticos, sustentáveis e de alto valor agregado, permitindo que visitantes, operadores e comunicadores internacionais "viajem" pelo país sem sair do lugar, aumentando o conhecimento e o desejo pelos destinos brasileiros. A ferramenta integra-se a outras ações promocionais da Embratur como feiras internacionais, Galerias Visit Brasil e outros eventos estratégicos, ampliando o alcance e o impacto das iniciativas de marketing do Brasil no exterior.

Público-alvo: B2B e B2C.

Etapas do funil de vendas:

1 Conhecimento

2 Consideração

Experiência: Safári e Cavalgada Pantaneira

Destino contemplado: Pantanal

Segmentos e nichos : Ecoturismo, Turismo de Aventura, Turismo de Luxo e Nômades.

Descrição: uma fusão perfeita entre duas paixões: fotografia e a observação da rica fauna e flora do Pantanal. Em um emocionante passeio pelos campos a bordo de um veículo 4x4, você se aproxima da vida cotidiana dos peões, acompanhando-os na rotina diária. A cavalgada é realizada em cavalos pantaneiros, criados na própria fazenda, oferecendo uma montaria ideal para explorar as margens da vazante do castelo e as cordilheiras, regiões densamente arborizadas que abrigam uma grande diversidade de animais. Um passeio inesquecível em pleno coração do Pantanal.

Fonte: Embratur.

Ações Promocionais Digitais

É uma ferramenta estratégica de promoção internacional do Brasil ancorada no ecossistema digital da marca Visit Brasil. Focada em mercados prioritários, a ação envolve campanhas segmentadas em plataformas como Google Ads, YouTube, Meta (Facebook e Instagram), TikTok, Pinterest e mídias programáticas, com inteligência de dados para atingir públicos-alvos específicos. Combinadas à estratégias de otimização para mecanismos de busca e inteligência artificial, essas iniciativas ampliam a visibilidade dos destinos brasileiros, integrando ações orgânicas e pagas. Os conteúdos são distribuídos pelos canais oficiais do Visit Brasil - site, redes sociais, blogs e recursos multimídia em seis idiomas - oferecendo experiências inspiradoras, informações qualificadas e estímulo à conversão, reforçando o Brasil como destino desejado no ambiente digital global.

Público-alvo: B2C (turistas potenciais dos mercados emissores estratégicos) e B2B (operadores e agentes de viagens internacionais).

Etapas do funil de vendas:

1 Conhecimento

2 Consideração

Visit Brasil 3 - Ações Promocionais Digitais por rede social - 2025

Destinos contemplados: Pantanal.

Mercados ativados: Argentina, Estados Unidos e Chile.

Segmentos: Turismo de Natureza, Turismo Esportivo, Turismo Cultural, Turismo de Negócios e Eventos (MICE) e Turismo Gastronômico.

Principais resultados: o impacto da ação promocional foi evidente no aumento expressivo do tráfego no site Visit.Brasil.com. Todos os conteúdos da campanha alcançaram 49.007.686 impressões, isso significa que foram exibidos mais de 49 milhões de vezes ao longo do período da campanha**.**

Fonte: Embratur.

Vitrine Visit Brasil (Feel Brasil)

É uma ferramenta estratégica de promoção internacional que consiste em um portfólio diversificado de experiências turísticas e vivências autênticas, mapeadas e selecionadas pela Embratur, distribuídas pelas cinco macrorregiões turísticas do país, criteriosamente avaliadas para atender ao perfil e às expectativas do turista internacional. Essas experiências seguem uma esteira completa de promoção e comercialização internacional que inclui: captação de imagens profissionais, integração em plataforma online multilingue, ativação em feiras, press trips, famtours, workshops e rodadas de negócios com buyers globais. Voltada ao protagonismo local e à diversidade cultural e natural do Brasil, a iniciativa potencializa ofertas sustentáveis e transformadoras, gerando impacto socioeconômico direto para as comunidades. Com foco em visibilidade global e geração de negócios de alto valor para pequenos empreendimentos, o Feel Brasil consolida o país como um destino plural, inovador e plenamente preparado para o mercado internacional.

Público-alvo: B2C (turistas potenciais dos mercados emissores estratégicos) e B2B (operadores e agentes de viagens internacionais).

Etapas do funil de vendas:

1 Conhecimento

2 Consideração

3 Conversão*

Birdwatching no Pantanal

Destino: Pantanal Norte - Cuiabá (MT)

Descrição: este passeio leva os visitantes ao coração do Pantanal, onde terão a oportunidade de observar uma diversidade impressionante de espécies. Os guias especialistas desempenham um papel essencial nessa experiência, compartilhando seus conhecimentos profundos sobre as aves, incluindo cantos, vocalizações, hábitos e habitats preferidos. Eles irão revelar as belezas ocultas desse ecossistema único, proporcionando uma imersão completa na natureza. Com a orientação dos guias, os visitantes serão surpreendidos por detalhes que muitas vezes passam despercebidos, tornando essa jornada educativa e inesquecível. Uma verdadeira celebração da vida selvagem e das maravilhas naturais do Brasil!

Enxoval: 02 fotografias em alta resolução, 01 vídeo em alta resolução, acompanhados de textos descritivos cuidadosamente elaborados para refletir a essência única da experiência nos destinos turísticos selecionados. Adicionalmente, a disponibilização do conteúdo em seis idiomas — português, espanhol, inglês, alemão, italiano e francês — foi realizada para assegurar maior acessibilidade e potencializar a promoção dessas experiências nos principais mercados emissores internacionais.

Experiência *Birdwatching* no Pantanal. **Fonte**: Embratur.

*Quando a experiência é inserida em um canal de venda para conversão

Birdwatching no Jardim da Amazônia

Destino: São José do Rio Claro

Descrição: O município de São José do Rio Claro, no Mato Grosso, é um verdadeiro tesouro para os amantes da natureza. Entre as atividades mais apreciadas na região, destaca-se a observação de aves, muitas delas raras e até espécies ameaçadas de extinção. E é lá que você encontra o fascinante Jardim da Amazônia, um dos melhores destinos do Brasil para a prática de birdwatching.

Enxoval: 02 fotografias em alta resolução, 01 vídeo em alta resolução, acompanhados de textos descritivos cuidadosamente elaborados para refletir a essência única da experiência nos destinos turísticos selecionados. Adicionalmente, a disponibilização do conteúdo em seis idiomas — português, espanhol, inglês, alemão, italiano e francês — foi realizada para assegurar maior acessibilidade e potencializar a promoção dessas experiências nos principais mercados emissores internacionais.

Experiência *Birdwatching* no Jardim da Amazônia. **Fonte**: Embratur.

Campanha Promocional Segmentada

É uma ferramenta estratégica de promoção internacional constituída por um conjunto integrado de ações promocionais, publicitárias e de posicionamento estratégico voltadas à projeção internacional do Brasil como destino turístico competitivo, diversificado e sustentável. Desenvolvidas para mercados prioritários, essas campanhas utilizam narrativas inspiradoras e conteúdos segmentados para promover os atrativos nacionais por meio de uma abordagem multicanal — incluindo mídia tradicional, digital, redes sociais, out of home e ações junto ao trade turístico. Ao estimular o desejo de viagem, reforçar a Marca Brasil e impulsionar a conversão de visitantes, essas campanhas contribuem diretamente para o aumento da entrada de turistas internacionais, geração de divisas e fortalecimento do turismo como vetor de emprego e renda.

Público-alvo: B2C (turistas potenciais dos mercados emissores estratégicos) e B2B (operadores e agentes de viagens internacionais).

Etapas do funil de vendas:

1 Conhecimento

2 Consideração

3 Conversão*

Campanha “Embratur Europa 2025”

Destino contemplado: Pantanal.

Mercados ativados: Alemanha, Bélgica, Espanha, França, Holanda e Reino Unido.

Mídias utilizadas: anúncios pagos em plataformas como Google, Meta (Facebook e Instagram), Mídia Programática e outros.

Principais resultados: a Campanha "Embratur Europa 2025" foi veiculada entre 22/01 a 28/02/2025, cujo conceito foi "Não há lugar como o Brasil". A campanha teve o objetivo de enfatizar a exuberância da natureza brasileira, promovendo os encantos e a autenticidade de seus destinos.

Fonte: Embratur.

*Quando o conteúdo estiver vinculado a um canal de vendas e/ou reservas da experiência ou destino

Campanha Promocional do Brasil nos Estados Unidos 2025

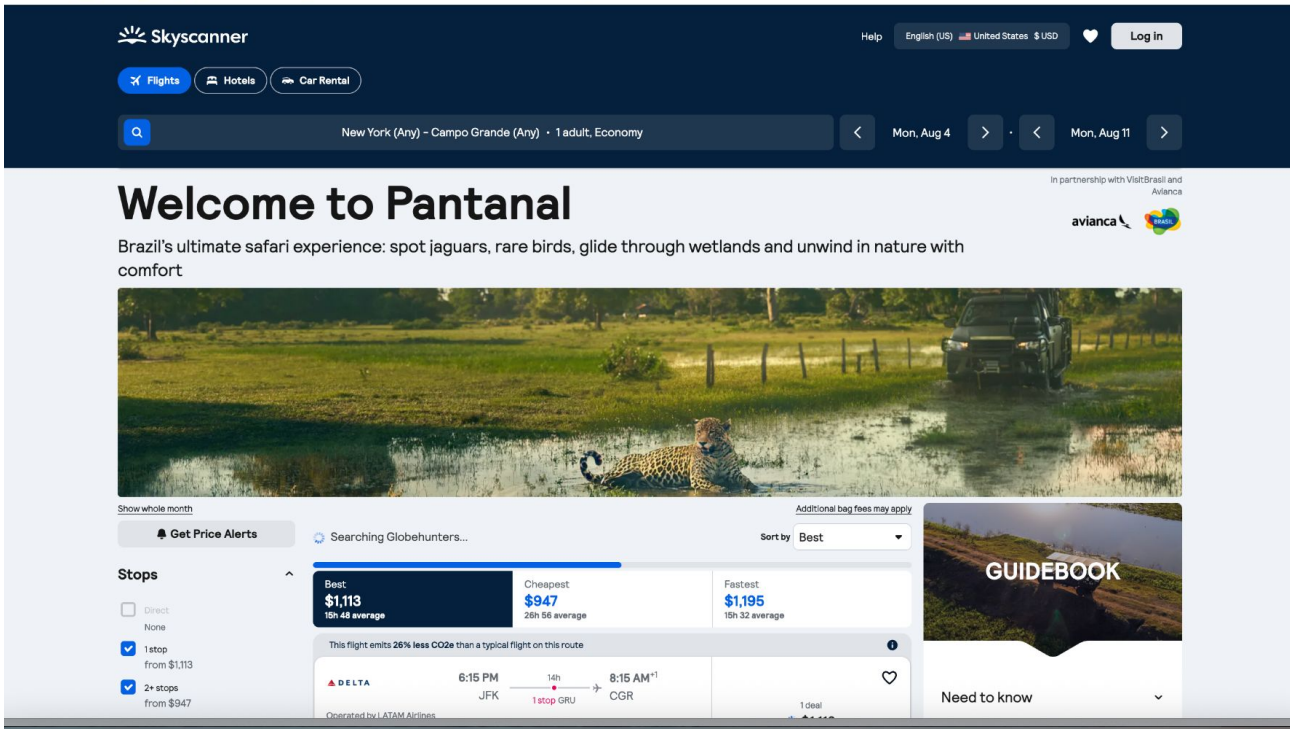
Destino contemplado: Pantanal

Mercados ativados: Estados Unidos e Canadá.

Segmentos: Luxo, Ecoturismo, Aventura e Cultural.

Mídias utilizadas: Utilizou anúncios pagos em plataformas como Google, Meta (Facebook e Instagram), Mídia Programática e outros.

Principais resultados: a campanha "There´s no place like Brazil", foi veiculada no período de 20/05 a 20/05/2025, cujo conceito foi "Não há lugar como o Brasil". A campanha teve como objetivo central aumentar a conscientização dos viajantes dos Estados Unidos e Canadá sobre o Brasil como uma alternativa atrativa para as férias, despertando o desejo de explorá-lo e vivenciar experiências únicas.



Galeria Visit Brasil

É uma ferramenta inovadora de promoção internacional da Embratur que utiliza de espaços de Galerias de Arte para divulgar o Brasil em formato de “pop-up”. Com temáticas específicas, a estratégia é apresentar os destinos e experiências turísticas ao público internacional por meio de elementos que expressam a essência de nossa brasilidade como arte, cultura, música, moda, patrimônio histórico cultural material e imaterial por meio de exposições e ativações sensoriais que promovam a diversidade e autenticidade brasileira.

Com uma abordagem criativa e contemporânea, a Galeria Visit Brasil possui o objetivo de inspirar e conectar o visitante com a Marca Brasil, fomentando o turismo por meio de experiências imersivas e de espaços de debates que geram engajamento, reforçam a imagem positiva do país e ampliam o desejo de visita. A iniciativa também atua como ambiente estratégico de relações públicas, recepcionando imprensa, influenciadores, trade, autoridades e formadores de opinião. Integrada às demais ferramentas de promoção da Embratur e adaptada aos perfis dos mercados-alvo, a Galeria potencializa o soft power brasileiro, posicionando o país como destino criativo, plural e sustentável.

Público-alvo: Relações Públicas (PR), B2B e B2C.

Etapas do funil de vendas:

1 Conscientização 2 Consideração 3 Conversão 4 Fidelização

Galeria Visit Brasil Paris - 2025

Destinos contemplados: Pantanal.

Mercado ativado: França.

Segmentos e nichos: Turismo Cultural, Turismo Gastronômico, Festas Populares e Patrimônio.

Principais resultados: a Galeria Visit Brasil Paris 2025, foi realizada em Paris (França), entre os dias 26 e 30 de abril de 2025. A iniciativa, organizada pela Embratur e pelo Sebrae, teve como foco a promoção dos sítios brasileiros na Lista do Patrimônio Mundial da Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura (UNESCO) como estratégia para consolidar o Brasil como um destino de referência para o turista internacional. O evento recebeu um total de 664 visitas registradas, superando a meta inicial de 300 participantes, um percentual de 94,7% de satisfação.

Fonte: Embratur.

Ações de apoio à comercialização internacional

As ações de apoio à comercialização internacional consistem em um conjunto articulado de ferramentas estratégicas voltadas à facilitação do acesso e ao fortalecimento da presença dos destinos e produtos turísticos brasileiros nos mercados emissores internacionais prioritários. Essas iniciativas contemplam ações estruturadas que visam estimular a geração de negócios, ampliar as conexões comerciais e consolidar canais de distribuição entre os destinos brasileiros e os principais *players* do *trade* turístico global.

O objetivo é ampliar a visibilidade dos produtos turísticos brasileiros, estimular a inserção competitiva das empresas nacionais no mercado externo e, consequentemente, fomentar o aumento do fluxo de turistas internacionais ao Brasil, contribuindo para o desenvolvimento sustentável da atividade turística no país.

Famtour

É uma ferramenta estratégica de apoio à comercialização internacional que consiste na realização de viagens imersivas e personalizadas de familiarização com os destinos turísticos brasileiros, voltadas a operadores e agentes de turismo internacionais. Desta forma, proporciona contato direto com atrativos, serviços e experiências autênticas do Brasil, ampliando o conhecimento técnico sobre a oferta turística nacional.

A ferramenta estimula a inserção de novos produtos e a diversificação dos portfólios das operadoras e agências participantes, ao mesmo tempo em que fortalece o relacionamento do trade brasileiro com parceiros internacionais da cadeia de distribuição turística. Ao combinar vivência prática com qualificação profissional, os famtours contribuem para o posicionamento competitivo do Brasil nos mercados prioritários e para o aumento da atratividade do país como destino turístico internacional.

Público-alvo: B2B (operadores e agentes de viagens internacionais).

Etapas do funil de vendas:

1 Conhecimento

2 Consideração*

* Especialmente quando a programação inclui encontros de networking e rodadas de negócios com fornecedores do trade nacional

Famtour 9: Pantanal Norte

Destinos contemplados: Cuiabá, Poconé, Porto Jofre e Barão de Melgaço.

Mercados ativados: Estados Unidos e Canadá.

Segmentos e nichos: Ecoturismo e Turismo de Aventura, Safari e Birdwatching.

Principais resultados: O encontro favoreceu a competitividade, com o objetivo de gerar oportunidades de negócios entre o trade turístico local e operadores turísticos internacionais convidados que puderam interagir com fornecedores de serviços e atividades incluídas no roteiro. Famtour, com sete operadores de turismo (6 estadunidenses e 1 canadense), por nove dias, entre 16 a 24 de maio de 2025, contemplando Pantanal Norte do Mato Grosso: Cuiabá, Poconé, Porto Jofre e Barão de Melgaço, com foco nos segmentos de Ecoturismo e Aventura, no nicho de Safari e Birdwatching.

Famtour Pantanal Norte (MT). **Fonte**: Embratur.

Feira Internacional

É uma ferramenta estratégica de apoio à comercialização internacional, que consiste em uma plataforma qualificada de geração de negócios, na qual o Brasil se apresenta de forma coordenada por meio de seu estande oficial, gerido pela Embratur. Por meio de edital de chamamento público, a Embratur oferece a oportunidade de participação a coexpositores que atendam a critérios alinhados à estratégia dos mercados emissores. Esta ferramenta reúne coexpositores qualificados para promover a diversidade cultural e natural do país junto a operadores, agentes de viagem, público final, investidores e demais tomadores de decisão dos principais mercados emissores. Além de ampliar a visibilidade internacional dos destinos brasileiros, a participação em feiras internacionais fortalece o posicionamento do Brasil no turismo global e cria oportunidades concretas de parcerias e comercialização de produtos e experiências turísticas. Os estandes do Brasil também funcionam como plataforma de networking, lançamento de parcerias e produtos, promoção de experiências imersivas, aumentando a visibilidade dos destinos brasileiros no exterior.

Público-alvo: B2B, com ações pontuais B2C, dependendo do perfil da feira.

Etapas do funil de vendas:

1 Conscientização 2 Consideração 3 Conversão 4 Fidelização

Feiras em que houve destaque dos produtos do Estado do Mato Grosso:

Feiras	Ano	Mercado Ativado	Destino Promovido
BTL	2025	Portugal	Estado do Mato Grosso

Estande do Brasil na BTL 2025. **Fonte**: Embratur.

Brasil Travel Specialist

É uma ferramenta estratégica de apoio à comercialização internacional, baseada em uma plataforma digital de engajamento, capacitação e comunicação voltada a operadores e agentes de viagens internacionais interessados em se especializar no Brasil como destino turístico. Também disponível em aplicativo móvel, a plataforma facilita a captação de leads e oferece acesso rápido e atualizado a conteúdos estratégicos, materiais promocionais, banco de imagens e mantém esses profissionais continuamente atualizados de forma online. A plataforma qualifica e fideliza o trade internacional para promover a diversidade da oferta turística brasileira de forma segura, atrativa e assertiva, fortalecendo a imagem do Brasil nos mercados globais.

Público-alvo: B2B (cia aérea, empresa de modais, operadores e agentes de viagens internacionais) e imprensa especializada,

Etapas do funil de vendas:

1 Conhecimento

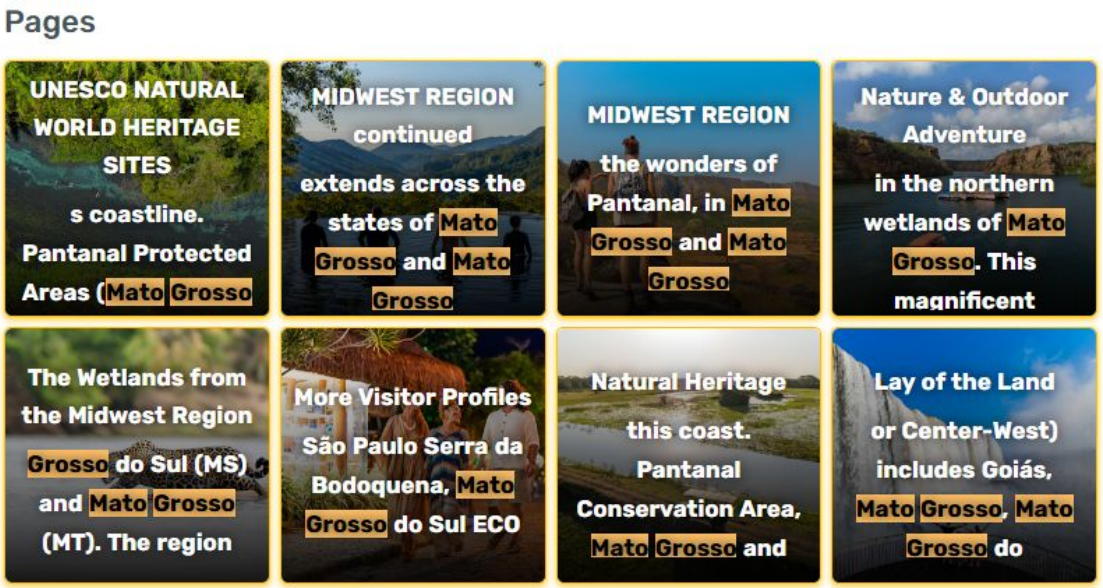
2 Consideração

Módulo: Ecoturismo e Aventura

Destino contemplado: Pantanal.

Segmentos: Ecoturismo e Turismo de Aventura.

Descritivo: planejamento, curadoria e disponibilização de conteúdo sobre o destino, nos idiomas espanhol e inglês, para o treinamento online e assíncrono de agentes e operadores de viagem internacionais, além de incluir um programa de incentivos com o objetivo de ampliar o conhecimento sobre o Brasil e impulsionar a comercialização das experiências turísticas brasileiras.



Fonte: Embratur.

embratur.com.br